

# A NOVA SUBJETIVIDADE QUE EMERGE DO TWITTER

**Maria Stella Galvão Santos** • Jornalista. Mestre em História da Ciências. Professora das Escolas de Comunicação e Educação, Gestão e Hospitalidade da Universidade Potiguar. E-mail: [stellagalvao@unp.br](mailto:stellagalvao@unp.br)

**Envio em:** Agosto de 2012

**Aceite em:** Novembro de 2012

**Resumo:** Uma nova subjetividade vem emergindo do fenômeno hipertextual e hipermoderno que estabelece relações interpessoais marcadas pela liberdade da linguagem, surgindo no interior desse processo novos gêneros discursivos e uso anárquico da linguagem, elementos de uma lógica comunicacional baseada no princípio da dialogia. Neste artigo, focaremos o microblog Twitter como base para uma análise de dois perfis, chamados neste meio de expressão de 'avatars', para trazer à tona discussões que se alimentam dessa nova configuração discursiva viabilizada por dispositivos tecnológicos e exercitada contemporaneamente nas mídias digitais.

**Palavras-chaves:** Twitter. Subjetividade. Linguagem.

## A NEW SUBJECTIVITY ARISES FROM TWITTER

**Abstract:** A new subjectivity is emerging from the hypertextual and hypermodern phenomenon which establishes interpersonal relationships characterized by freedom of speech. This process encloses within itself new discourse genders and anarchic use of language, giving rise to logic elements of communication based on the principle of dialogism. In this article we will focus on the Twitter microblogging as the basis for an analysis of two profiles, named 'avatars' in this media to promote debate about this new discursive configuration enabled by technological devices and exercised simultaneously in digital media.

**Keywords:** Twitter, Subjectivity, Language

As últimas décadas do século XX e seu aparato tecnológico abalaram uma das mais impactantes condicionantes da ação do homem – o espaço. As novas tecnologias não são simples ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Neste processo, usuários podem assumir o controle da tecnologia, redefinindo e reformulando processos enquanto exercitam um modelo de subjetividade digitalmente conformada.

A produção de conteúdo e as interações comunicacionais em meios digitais constituem mudanças radicais e irreversíveis na condição do sujeito, na relação dos indivíduos com o entorno, no modo de vislumbrar e compreender o mundo, em suma, de se relacionar com base em novas configurações. Alia-se a este cenário o fato de que as práticas ligadas às novas tecnologias da comunicação têm sido marcadas pelo emergir de uma nova subjetividade. Nela, imperam fatores como a instantaneidade da informação, a distribuição ao círculo de seguidores, a reelaboração e exposição de toda uma cadeia que emite, recebe, digere, reinterpreta, repassa, repercute. O Twitter, ferramenta por excelência desse processo, foi concebido por um programador de sistemas norte-americano, Jack Dorsey, no começo da década de 1990, originalmente com a função de rastrear taxistas para ampliar a malha comunicacional entre eles.

A disseminação social da ferramenta ocorreu a partir de 2006, com a adequação da tecnologia para a internet. Neste chamado microblog, cada texto publicado não pode exceder 140 caracteres, incluídos os espaços. Nele, cada ‘dono’ de uma conta ou avatar, veicula ideias e fatos, comenta-os, presta culto a si, a terceiros, a marcas, escreve qualquer coisa sobre si, sua cidade, os outros. Emite, enfim, algo próximo de um exercício do livre pensar marcado, não raro, por um intenso processo interacional. Assim, publica um texto, que pode ser respondido por outro usuário (seguidor ou não daquele avatar), com citação à mensagem original, ou incorporando a informação citada no próprio discurso, em uma aplicação prática do princípio dialógico da linguagem, produzindo ecos de outros discursos.

Tomamos, então, esse processo que ocorre continuamente no Twitter para acompanhar, ao longo de dois meses, duas personalidades inscritas no microblog, com abrangência local (Natal-RN) e nacional (Brasil). O primeiro, @meyamargot, corresponde ao perfil de um estudante de Publicidade e Propaganda em um Estado do Nordeste brasileiro. Na Bio, campo do twitter no qual os usuários digitam informações sobre si, ele se identifica também como ‘modelo publicitário, geminiano e portador da Síndrome do PetterPan!’, seguido do convite em letras maiúsculas: ‘VEMKVEM’. O que caracteriza a inserção de @meyamargot é o uso anárquico da linguagem tradicional, que dá lugar a novos arranjos linguísticos completamente descolados da gramática

convencional, ainda que se reconheçam o sentido pretendido pelo autor, eventualmente por aspectos fonéticos.

*Depressao total sem meu Aifone! NUNTAFÁCIL!*

*Tudo posso no leite com Nescau que me Fortalece! :) Pom Tya!*

*So digo uma coisa, Braseel... Me aguarde daqui um mês! Falo maix nada! :D*

Ao contrário de outros suportes tradicionais de escrita, não causa estranhamento essa apropriação e subversão da estrutura corrente da linguagem. A ideia de liberdade de expressão neste formato abstrai, portanto, a clássica relação dialógica inerente entre produtores e receptores da mensagem, e os interesses nesse jogo comunicativo. A mensagem existe per si independente de sua captura e eventual ressonância, constituindo-se em puro exercício autoral característico das relações mais flexíveis com a linguagem nessa apropriação das ferramentas da web 2.0.

“Esse destinatário pode ser um (...) pode ser outro totalmente indefinido, não concretizado – em toda sorte de enunciados monológicos de tipo emocional” (BAKHTIN, 2003, p. 301). A multiplicidade de vozes e alteridades que se manifestam sem freios na produção desta linguagem midiática trazem à luz o conceito de “dialogia” de Bakhtin para o cotidiano, para o lugar onde o outro, qualquer que seja este outro, também se expressa. Aliás, transferir a expressão para a ideia da compreensão do que é dito implica transferir também a produção de sentidos para o lugar do outro, um outro que se identifica justamente pelos novos usos que se faz da comunicação. Este outro é um receptor não raro ativo, portanto estranho ou descolado da noção tradicional plasmada nos estudos de comunicação a partir da segunda metade do século XX. Trata-se de uma maneira peculiar e especialmente inovadora de desacralizar o uso da palavra, promovendo uma modalidade de desmonopolização do sentido único, coeso e hegemônico.

No vasto campo relacionado às teorias da comunicação, pareceu-nos pertinente recorrer à conceituação de Habermas (1987), cuja “teoria do agir comunicacional” sugere uma comunicação centrada não apenas na conversação face-a-face, mas numa conversação cooperante, na qual os interlocutores fazem um esforço em direção à mútua compreensão.

O agir comunicacional (...) diz respeito à interação de pelo menos dois sujeitos capazes de falar e de agir que se empenham numa relação interpessoal (seja por meios verbais ou extraverbais). Os atores procuram um entendimento sobre uma situação de ação, a fim de coordenarem consensualmente os seus planos de ação e, assim, as suas ações. (...). Neste modelo de ação, a linguagem ocupa um lugar proeminente. (HABERMAS, 1987 *apud* SERRA, 2007, p.?)

Habermas (1987) acrescenta que só no agir comunicacional a linguagem é utilizada de forma não unilateral, como um “meio de intercompreensão”. Há, aliás, aspectos na obra deste filósofo e sociólogo alemão nascido na segunda década do século passado, que se mostram surpreendentemente contemporâneos. Mesmo porque a comunica-

ção, enquanto fenômeno, envolve aspectos contraditórios entre si, que não podem ser descritos em qualquer teoria geral da comunicação. Uma definição relativamente recente da Teoria da Comunicação é de Rodrigues (2000), a saber,

Estudo sistemático dos processos de interação, através da permuta de mensagens entre os seres humanos, no seio de comunidades de pertença, quer estes processos ocorram diretamente, nas relações face a face, quer indiretamente e através de dispositivos de mediação, tais como a escrita, o telefone, a rádio, a televisão, as redes multimídia. (RODRIGUES, 2000, p. 121-2)

Absorvendo essa perspectiva para o universo do Twitter, observa-se que os participantes são, potencial e simultaneamente, enunciadore e co-enunciadore. Essa condição é determinada também pelo formato do serviço, que permite resposta, citação ou referência a outro emissor. Bakhtin faz um paralelo entre a palavra e a ideia da ponte que se apoia nos extremos da conversação e depende, portanto, da colaboração de ambos para não ruir. Nos enunciadore do Twitter, as marcas da subjetividade tanto do autor como do leitor são construídas pelas manifestações da cotidianidade ou de um projeto autoral-profissional que resulta do próprio potencial multiplicador de visibilidade desta mídia digital.

O perfil ou avatar @HugoGloss tornou-o uma das celebridades da era do microblog no Brasil, dado que é medido especialmente pela quantidade de ‘seguidore’, em torno de 700 mil, e repercussão das mensagens postadas. Na ‘bio’, ele autoproclama: “Sou um homem-exclamação. Sou autodidata na finesse. O que a vida não me deu, eu comprei.” A marca registrada são comentários ácidore ou enaltecedore sobre a programação e o mundo dos famosore ou aspirante da TV brasileira.

*Meu sonho é depilar em volta dos mamilore do marcos palmeira #AsBrasileiras*

*Quero a bee vintage no poder. Quero chamar Joao Carvalho de Rainha do Nilo #BBB*

*BOM DIA da mulher p vc estilo @ariadnalive! Pq melhor q ser mulher é querer ser mulher! Orgulhe-se da sua piriquita!!!*

Em “O show do Eu”, Sibilia faz uma análise minuciosa sobre as manifestações egóticas em tempos virtuais, expõe os modos pelos quais se legitimou uma cultura de espetáculo a partir de manifestações subjetivas levadas a paroxismore exibicionistore. “Em uma atmosfera como a contemporânea, que estimula a hipertrofia do *eu* até o paroxismo, que enaltece e premia o desejo de ‘ser diferente’ e ‘querer sempre mais’, são outore os desvariore que nos assombram” (SIBILIA, 2008, p. 8).

A sociedade contemporânea se define, assim, afirmando que para existir é preciso ser visto. O novo modo de se expor encontra suas raíze nos gênerore autobiográficore, com as rede sociale propiciando uma forma de um sujeito estar em contato com o outro e consigo mesmo. As mensagens se definem, então, como expressão de um alterego que necessita se expor. Segundo Sibilia, quem escreve nessas mídiore busca uma espécie de visibilidade compartilhada, por meio da qual as subjetividade se revisitam e se expandem em direções ao infinito. Em comum, o olhar, eventualmente o comentário,



ou a concordância, ou a simples sinalização de leitura, do outro. Como se pode notar no comentário de @HugoGloss, há espaço para uma leitura enviesada e uma crítica a interlocutores que não experimentam do mesmo grau de exposição dele, mas que o seguem a despeito de terem sido excluídas anteriormente:

*Vc DELETA uma pessoa do seu face, ela vem e te add de volta. KD O AMOR PROPRIO? E A NOÇÃO?*

O caráter de desabafo e de uso da rede virtual socializada como meio para extravasamento também é ressaltado, em paralelo à citação de personagens de uma novela, ou da expectativa por cenas fortes e confusão em um reality-show:

*Acho q terezao deveria criar um twitter q ia ter menos tempo pra odiar a gris ou ia ficar xingando ela no twitter, mto melhor*

*Gente se o Yuri ficar pelo menos ainda tem uma polemica, senao vai ficar os super amigos, qual a graça? Queremos bafos #BBB*

A exposição de vidas privadas ocorre às escâncaras, com confissões saltando à vista de todos. É possível vislumbrar nas mensagens detalhes do cotidiano que alcançam o nível fisiológico, como se observa no perfil de @meyamargot:

*Beijo sabor não escovei os dentes procês! Pq eu agora vou me recolher!*

*Troco insônia por sono, pago diferença!*

Estados de ânimo e manifestações particulares se sucedem em meio à necessidade de se manter o discurso autoral, como observado em mensagens de @meyamargot, marcadas pelo humor e certa dose de dramaticidade.

*Ligarei o carro e sairei sem rumo! GO*

*Estado civil: Meus cachos tao lindos hoje!*

*Mais relaxado que burro gozando hoje! Tô dorando!*

A rede mundial de computadores se tornou, como destaca Sibia (2008) um grande laboratório, um terreno propício para experimentar e criar novas subjetividades: “Em seus meandros nascem formas inovadoras de ser e estar no mundo, que por vezes parecem saudavelmente excêntricas e megalomaniacas, mas outras vezes (ou ao mesmo tempo) se atolam na pequenez mais rasa que se pode imaginar” (Ibid, p 27).

Com as subjetividades produzidas nestes níveis e constituindo-se de forma intercambiável e múltipla, a Internet surge como uma utopia da comunicação universalizada e livre de hierarquias e controles. Atento ao fenômeno, ainda no início dos anos 1990, Gilles Deleuze afirmava que caberia a estes jovens que ajudam a construir a web 2.0 – baseada na idéia de intercambialidade – descobrir “a que são levados”. Cabe-lhes a tarefa de “inventar novas armas”, capazes de opor resistência aos novos e cada vez mais ardilosos dispositivos de poder; criar interferências, “vacúolos de não-comunicação,

interruptores”, na tentativa de abrir o campo do possível desenvolvendo formas inovadoras de ser e estar no mundo (DELEUZE, 1992, p. 217).

No Twitter, um usuário publica um texto e pode obter resposta de outro(s) usuário(s), em resposta ou citação à mensagem original ou por meio da incorporação da informação citada em seu próprio discurso, em uma aplicação prática do princípio dialógico da linguagem, produzindo ecos de outros discursos. Também pode citar ou fazer referência a outro usuário – *re-twitt* ou, no termo abrigado, “retuitar”, em uma espécie de concordância enfática, ainda que desprovida de comentários. Dessa maneira, emitem-se opiniões, aprova-se ou desaprova-se o teor dos comentários do outro, ou apenas divulga-se uma ideia, produto ou serviço para um número maior de usuários. No caso de perfis com milhares de seguidores, como o do @HugoGloss, conseguir um RT torna-se um recurso estratégico para alcançar uma audiência, como se observa seguidamente no caso dele e de outras celebridades forjadas a partir do microblog.

*@MateusBassan @HugoGloss Hugito, dá um RT pros seus amados. Peça nova minha aqui em Brasília! <http://pic.twitter.com/QGyO1qmZ> Abração! Até =)*

É possível constatar o papel fundamental do interlocutor nesse processo de intensa visibilização na medida em que, como explica Maingueneau (2001), o conflito a ser enfrentado decorre da afirmação da Análise do Discurso quanto à dualidade radical da linguagem: “integralmente formal e integralmente atravessada pelos embates subjetivos e sociais”.

O desafio crucial é o de construir interpretações, sem jamais neutralizá-las, seja através de uma minúcia qualquer de um discurso sobre o discurso, seja no espaço lógico estabilizado com pretensão universal (PÊCHEUX *apud* MAINGUENEAU, 2001, p. 11).

Nessa perspectiva, os discursos dos chamados tuiteiros podem ser analisados sob diferentes prismas: pelas características do meio, do público a que se destinam, pelas características do próprio emissor ou, ainda, do teor dos tuítes, modalidades de mensagens veiculadas. Não se trata apenas de qualificar o Twitter como um ‘meio’ de transmissão do discurso, mas de considerar o fato inquestionável de que “ele [o meio] imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer” (MAINGUENEAU, 2001, p. 71).

O outro, nesta dinâmica, se torna parte indissociável no diálogo, determinando a sua configuração discursiva. Por isso, a forma e o estilo da enunciação são determinados pela situação e os participantes mais imediatos dela.

Ao falar, sempre levo em conta o fundo aperceptível da percepção do meu discurso pelo destinatário: até que ponto ele está a par da situação, dispõe de conhecimentos especiais de um dado campo cultural da comunicação; levo em conta as suas concepções e convicções, os seus preconceitos, as suas simpatias e antipatias – tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele (BAKHTIN, 2003, p. 302).

Quanto ao plano de funcionamento dessas ferramentas digitais, Lévy desmistifica uma falsa oposição entre o real e o virtual. Virtual deve ser considerado como algo que existe em potência, “complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução, a atualização” (LÉVY, 1996, p. 16). O virtual se oporia ao atual e este movimento de atualização corresponderia à resolução constante do nó de tendências que constitui a virtualidade. O real, nessa concepção, se assemelharia ao possível, este que “já está todo constituído, mas permanece no limbo. O possível se realizará sem que nada mude em sua determinação ou natureza. É um real fantasmático, latente. O possível é exatamente como o real, só lhe falta a existência” (Ibid).

Virtual se constituiria, então, em dimensão do real e não em seu oposto absoluto. Assim, o virtual não se opõe ao real, mas somente ao atual, e se insere numa realidade definida pelo uso cotidiano dos seus artifícios e pelos sujeitos que nele arbitram. Para Lévy, virtual seria aquilo que “apresenta um desprendimento do aqui e agora, ou talvez o que não está presente”.

No uso corrente, a palavra virtual é empregada com frequência para significar a pura e simples ausência de existência, a “realidade” supondo uma efetuação material, uma presença tangível. O real seria da ordem do tenho, enquanto o virtual seria da ordem do terás, ou da ilusão, o que permite geralmente o uso de uma ironia fácil para evocar as diversas formas de virtualização (LÉVY, 1996, p. 15).

Portanto, não surpreende que as relações discursivas construídas no mundo virtual do Twitter conservem as características do mundo real – trata-se, finalmente, de mais um papel social exercido pelo enunciador, cujos discursos variam não apenas de acordo com o meio e o tema em que se manifestam. O conjunto dessas construções discursivas pode determinar uma manifestação ideológica.

Na palavra está a manifestação do sistema de valores, da ideologia constituída e em constituição (...). O indivíduo/sujeito, embora pertencendo a uma classe social, a um grupo, está rodeado das formações discursivas de toda a sociedade. São essas formações discursivas que “regem” seus comportamentos no cotidiano, suas atividades, procurando moldá-las. A reelaboração desses discursos o encaminham no sentido da reprodução/conservação e/ou no sentido da transformação/mudança (BACCEGA, 1995, p. 49).

Ao falar, situa Baccega, o indivíduo leva em consideração o que se pode ou não dizer, na medida em que “(...) as falas emitem, predominantemente, discursos de máscara impostos pela sociedade. (...) é a sociedade das aparências” (1995, p. 40-41). Essa concepção aplica-se, de modo um tanto contraditório, a uma sociedade altamente midiaticizada, fascinada pela incitação à visibilidade e pelo império das celebridades, na qual percebe-se um deslocamento daquela subjetividade “interiorizada” em direção a novas formas de autoconstrução, como acentua Sibília (2008).

No esforço de compreender estes fenômenos, alguns ensaístas aludem à sociabilidade *líquida* ou à cultura *somática* do nosso tempo, onde aparece um tipo de *eu*

mais epidérmico e flexível, que se exhibe na superfície da pele e das telas. Referem-se também às personalidades *alterdirigidas* e não mais *introduzidas*, construções de si orientadas para o olhar alheio ou exteriorizadas, não mais introspectivas ou intimistas. [Grifos da autora] (p. 13)

## ■ CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Twitter, lançado globalmente em 2006, tem ganhado espaço rapidamente como mais uma dimensão de sociabilidade e, portanto, do exercício de papéis sociais. Logicamente não se evidencia, aqui, uma panaceia em termos comunicacionais. Há limites relacionados ao tamanho restritivo das mensagens – 140 caracteres –, ou à persistência da exclusão digital em algumas localidades e grupos sociais. Em paralelo a essa questão, os modos pelos quais circulam os discursos entre co-partícipes dos enunciados demandam estudos aprofundados para uma compreensão mais ampla do processo constitutivo das subjetividades neste microambiente. Como já delineado, a Internet tem se potencializado como um grande laboratório, um espaço para criação de novas subjetividades. Lá, em seus vãos virtuais que expressam e intercambiam manifestações do real, surgem formas inovadoras de ser e estar no mundo, por vezes excêntricas e surpreendentes, outras banais e rasas.

O ponto a se ressaltar, neste contexto, é a quebra de paradigma quanto à produção e circulação de informações. A relação entre mídia e sujeitos está cada vez mais longe da ideia de passividade. Ao longo da última década, a rede mundial de computadores tem dado à luz um amplo leque de práticas discursivas que reconfiguram a expressão das subjetivas antes limitadas a formatos mais tradicionais. Por outro lado, não se pode perder de vista o aspecto mercadológico embutido na premissa de democracia digital – um mercado que valoriza seus integrantes ao defini-los como consumidores — tanto da Web 2.0 como de tudo o mais. É essa visão que tem impregnado os modos de ser e estar no mundo ao longo da nossa história contemporânea.

Talvez as redes, ao mesmo tempo em que nos impõem determinados modos de ser, também nos ofereçam brechas para que possamos nós próprios fabricar outros modos de ser de forma singular. Ou, como afirma Sibília, não há dúvida de que esses reluzentes espaços da Web 2.0 são interessantes, ainda que seja porque se apresentam como cenários bem adequados para montar um espetáculo cada vez mais estridente: o show do *eu*.

## ■ REFERÊNCIAS

BACCEGA, M.A. **Palavra e discurso**. São Paulo: Ática, 1985.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.



DELEUZE, G. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

\_\_\_\_\_. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

RODRIGUES, A.D. **Dicionário Breve da Informação e da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2000.

SERRA, J.P. **Manual da Teoria da Comunicação**. *Ebook* LabCom, 2007. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/51>> Acesso em: dia.mes.2012.

SIBILIA, P. **O show do eu**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2008.